

[論文]

ガーデンについての一考察（第2報）

～北海道のガーデンツーリズム～

A Study on Gardens (2nd)

Garden Tourism in Hokkaido

光 武 幸

目 次

はじめに

1. 北海道はガーデンに適する地域である
2. ガーデンツーリズム
 - 2.1 ガーデンツーリズムの捉え方
 - 2.2 北海道のガーデンツーリズムの現状
 - 2.3 ガーデン分布
 - (1) ガーデン街道
 - (2) 道央地域のガーデン
 - (3) その他の地域のガーデン
3. ガーデンツーリズムのマーケティング
 - 3.1 マーケティングの過去・現在
 - 3.2 差別化ポイント
 - (1) ガーデンとフラワーパーク等との相違
 - (2) 北海道のガーデンの優位性
特徴・魅力
 - 3.3 ツーリスト満足の視点
～ガーデンをどう堪能するのか～

まとめ

はじめに

第1報においてガーデンとはどのような庭であるのかを明らかにし、また北海道にガーデンが花開き、新しい庭園文化を発信できる地域であることを気候風土との関係や明治時代の北海道の開拓特性等から検討を行った。本稿では、これらの点の詳述を通して、北海道にはガーデンを違和感なく受け入れる風土が歴史的に形成されてきたことや北海道のガーデンは北海道ならではの、特別な魅力を備えていることを明確にする。その上に立って北海道のガーデンツーリズム発展の鍵は何か、マーケティングの視点から検討を行う。特に消費者がガーデンツーリズムというサービス財を購入するためには、いかなる情

報が提供されねばならないのか検討を試みる。

1. 北海道はガーデンに適する地域である

北海道にガーデンが花開いている主要な要因のひとつとして「ガーデンに適した気候風土」であること、つまりガーデンの主役である宿根草が繁茂するのに適し、夏枯れがなく、高山でしかみられない植物が北海道の平地でも育つなどの点があげられる。二つの目の要因としては、北海道の本格的な開拓がお雇い外国人の貢献抜きにしては考えられず、特に、彼らが本国・アメリカで身につけた技術を北海道の農業・林業・産業・園芸・まちづくり等に生かしながら進められたことが、今日の北海道に日本庭園ではなくガーデン発展の基盤がつくられたと捉えられることである。それは早くから道民が西洋庭園や花壇に接する機会が多かったということであり「西洋庭園にアレルギーがなかった」といえる。三つ目は「自然と一体化するガーデンが可能」つまり北海道だからこそできる自然を生かした、自然と協調した広大な庭づくりが可能であるという点である。これらの点を第一報に付け加える形で検討する。

ガーデンのもっとも主要な要素である花々、特に宿根草が開花するのに適した土地であることを研究報告から明らかにする。

道外の人々が来道して花々を見たときに、花の色の美しさと大きさに驚くといわれる。その一方で、本州ではあまり目にしない可愛いらしい花々が咲き乱れていて、とても美しいという。この光景を作り出しているのが、北海道の気候と地域に根ざした宿根草の花々である。

北海道は日本の中では冷涼な気候を有する地域であり、植物の生育段階、特に栄養成長期と花芽形成期（生殖成長期）に転換する花成の時期に高温にならないという特徴を有する。花の生育には、花自体

が有する自律的要因と気温・湿度・日の長さなどの外的要因が関係するが、気温については以下のように考えられている。一般に気温は高い方が生育に有利であると思われがちであるが、花の成長と温度との関係についての研究では、いくつかの興味ある結論がえられている。たとえば栄養成長期や花芽形成期などにおいて高温になると奇形の花が多く咲くことが実証されている¹。岩手県北農業研究所の研究²では夏季冷涼で気温日較差が大きいなどの気象条件は、宿根草の越冬株率・越冬株率は90%と高く、病害虫の発生程度も微少から中程度に収まることを明らかにした。すなわち冷涼な気候は宿根草栽培に有利であることを示している。新潟県農業研究所の研究では³中山間地域における宿根草の生育・開花特性の研究から、北海道のガーデンにも植栽されているアガパンサスやリナリア、アスター、エリシウムなどの宿根草が越冬性に優れていることが報告されている。そして宿根草は中山間地域の観光資源創出及び農村景観向上等の用途への活用にも期待できるという。

また、北海道では夏枯れの心配がないという利点も有する。夏季の気温が真夏日になることは年間多くても10日前後、年によっては数日⁴という北海道であるが、関東以南では真夏日が40日程度は当たり前であり、過去5年では70日から80日という年もある⁵。夏季には植栽された花々が色鮮やかに咲き誇るのが北海道のガーデンであり、一方、本州では地植えされた花々に夏枯れが起こり元気がない⁶。それゆえか、ガーデンの入園料が本州では夏季(7月～9月ないし10月頃まで)に割引が行われたりする⁷。割引かれてもこの時期、ガーデンの入場者数が少なくなるという。

道外と北海道ではこれほど異なるガーデン事情である。北海道の観光シーズンは夏にピークがあることは誰もが認めることである。その時、ガーデンは最も華やかで人々を迎えることができる観光資源

である。

では寒い冬があることについてどうだろうか。一般的に、北海道は寒い、雪が多い、だから花の生育にとって望ましい所ではないと思われがちであるが、決してそうではなく、イングリッシュ・ガーデンの概念を基礎に置く北海道のガーデンの多くは、その地に根差した花々を植栽する“Right Place, Right Plant”の考えを重要視する。耐寒性の宿根草が生育するのに、北海道の気候はむしろ適しているともいえるのである。

たとえば、北海道の冬は、太平洋沿岸やオホーツク海沿岸の地域を除くと1m以上の積雪があるところが多い。冬の寒さにおいてガーデンの主役・宿根草の花々は生育を停止して休眠状態になるが、この時地上部を枯らして地中に埋もれ休眠芽になる花々は多く、またヨメナのようなキク科の草花は地面に這いつくばった越冬ロゼット化する。積雪は地中の温度を一定に保ち、しかも保温効果が大きいため、花々にとって厳しい冬を越すための防寒具であり、決してマイナス効果だけではない。このように北海道の寒さや積雪は春の暖かさとともに成長をはじめ開花する宿根草にとって必要不可欠なものである。以上のことから宿根草が主役の北海道のガーデンにとって、北海道の気候は長所と考えることができる。

第1報において、歴史的にみても北海道には西洋庭園・ガーデンに対してアレルギーの少ないことが、ガーデンが開花している要因だと捉えた。その例として豊平館の前庭を取り上げて検討したが、さらに付け加えたい。それは明治初期、開拓使にはお雇い外国人が北海道の開拓に多大な貢献をなしたが、その中の一人ドイツ系アメリカ人のルイス・パーマーは開拓使のお雇い外国人として1876(明治9)年に着任した。現術学生たちに果樹・野菜などの農作物栽培の方法を教えるだけでなく、作物栽培、園芸の専門家として北海道の開拓に従事し、彼の指導の

1 青木 献・福田正夫・西尾譲一「夏秋ギク「岩の白扇」の奇形花発生に対する親株養成期及び定植期以後の温度の影響」愛知農総試研報34, p.177-182 (2002)

2 岩手県北農業研究所産地育成研究室「中山間地域に適した宿根草・花木の特性」岩手県農業研究センター研究レポート No.187 (2002)

3 新潟県農業総合研究所高冷地農業技術センター・中山間農業技術センター「中山間地域における宿根草の生育特性把握と切り花用品目の選定」2006年度

<http://www.ari.pref.niigata.jp/nourinsui/seika06/katuyou/20/060220.html> 2016.5.7access

4 真夏日とは一日の最高気温が30℃を超える日。札幌管区気象台『北海道の気候変化 第2版』p6 (2010)

5 奈良地方気象台と富山地方気象台のデータに基づく奈良の真夏日の平均(1981年～2010年)は64日、2013年には81日、2016年76日であった。富山県では平均(1981年～2010年)40日で、2010年以降50日、60日を超える年が多い。<http://www.jma-net.go.jp/nara/kishou/kisetsu.htm>, <http://www.jma-net.go.jp/toyama/data/data14.html>

6 本州のガーデンでは夏季が過ぎると再び花々が元気を取り戻す光景が見られる。

7 その一例として東海ガーデン王国のひとつである花遊庭(愛知県豊田市)は4月～6月、10月は400円、それ以外は300円、栃木県足利市にある足利フラワーパークは季節と花の咲き具合によって最低入園料300円から最高入園料1700円まで細かく分けられている。4月中頃から6月は高く、7月は最高入園料の1/4にまで安くなる。

下、道外に先駆けて北海道に西洋庭園（豊平館の前庭）が造られ、ガラス張り温室が造られ、花壇が造られていった⁸。

ガラス張り温室はペーマーの計画・要請に基づくものであり、1876（明治9）年11月に石狩通（現中央区北3条通）に造られた暖房設備の有する建物であった（写真1-1）。1877（明治10）年2月から一般公開され、多くの人たちが見学に訪れ、希望者に花や野菜の種が配布され、また温室の周りには花壇も作られた。この温室は1878（明治11）年2月以降、札幌農学校に移管されたためペーマーは新たに温室の建設を開拓使に要請した。

図1-1は1871（明治4）年に開園した偕楽園のマップである。時の開拓使長官・岩村利通は偕楽園を「遊観のところが為す」としたが、現在の公園を意味するのではなく産業振興を意図した施設が置かれた場所である。当初、試験場として3,600坪程開墾して数百種類の植物栽培を行い、その後、札幌育種場に発展した。育種場には野菜以外にも常時100種類以上の西洋種と言われる花々が栽培されていた。チューリップ、ダリア、ルピナス、ヒアシンス、シクラメンなど現在でも身近にある花々が当時すでに栽培されていた⁹。偕楽園の中に1879（明治12）年に建造されたのが現存する清華亭であり、清華亭の庭を作庭したのもペーマーである。1881（明治14）年、来道した明治天皇は清華亭で休憩をとるが「庭の美しさを愛でられ、咲き競う花々を行在所の豊平館に運ばせて鑑賞されたという。また庭園の設計者ペーマーに対して感謝の言葉と下賜があったと伝えられる」¹⁰。

図1-1の清華亭の直ぐ傍に花室と書かれた建物があるが、これがペーマーの要請によって新たに造られた温室である。花室は現存しない。また、ペーマーは現在の札幌・大通公園にも花壇を造っている。このように北海道民は明治時代から草本類の花々に触れる生活をしてきたと言える。

また写真1-2は北海道庁前庭の現在と大正7年の光景である。平成24年の文化庁「近代の庭園・公園等に関する調査研究報告書」の庭園部門の中で取り上げられている平地式庭園である。この姿になったのは昭和43年の旧北海道庁の復元完了後ではあるが、その起源は明治時代にさかのぼる。現在南北二つの池にはスイレンやキショウブの花が咲き乱れ、

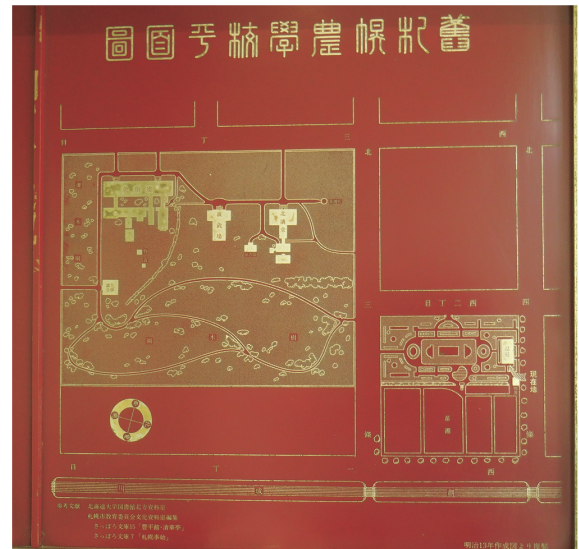


写真 1-1 温室の記念プレート
(旧札幌パナソニックビル)



(出所：北海道志巻二)

図 1-1 偕楽園内の花室（温室）

池のほわりには巨木が茂り、その間をつつじが咲き、芝生で覆われる 18,000 m² の美しい庭である。この庭園は明治6年の開拓使本庁舎が建設されたときを起源とするが、本庁舎建設と並んで造園されたのではなく、つまり明治時代に前庭として造園されたのではなく、広い開拓使本庁舎の構内に造られた圃場が時代とともに変化を遂げたものである。明治にアメリカから持ち込まれた果樹や作物がお雇い外国人

8 富士田金輔『ケプロンの教えと現術学生：北海道農業の近代化を目指して』p.228-234、北海道出版企画センター（2006）

9 富士田金輔 前掲書 p.236

10 『さっぽろ文庫 15 豊平館・清華亭』p.192-193（1980）



(出所：札幌歴史写真集大正編)
大正時代の道庁前庭



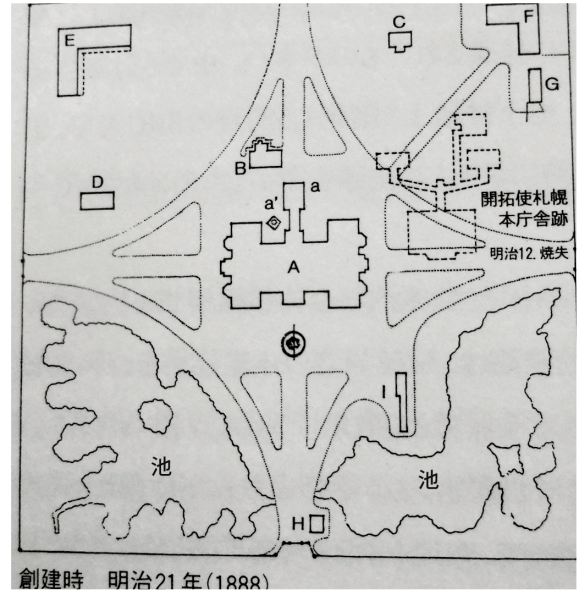
池の水辺に咲くキショウブ (左下)



天然林の大木

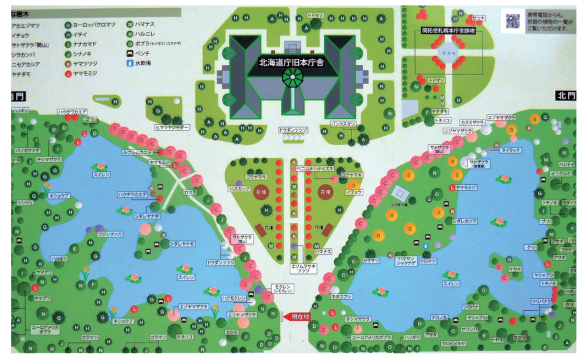
写真 1-2 北海道庁前庭

指導の下、整然と植栽された圃場が造られ、また北海道の林務行政によって木が植えられ、防火用に池が造られた結果が西洋庭園としての形を整えるのに繋がったのである。図 1-2 は明治 21 年の道庁の構内図を描いたものであり、本庁舎の建物よりも大きな池が南北に造られ、防火用水池の形とは思われない美しい汀線をしていることが見て取れる。この美しい汀線は現在もほとんど変わっていないが、春から夏の間には水生植物が池に彩を与えている。前庭に宿根草は必ずしも多くはないが、原始林とも見間違



創建時 明治21年(1888)

(出所：旧北海道庁赤れんが庁舎記)
明治 21 年当時 (A：道庁旧本庁舎)



現在 (道庁前庭木育樹木マップ)

図 1-2 道庁構内図

ような天然林が大木に育ち、その間につつじや桜の木、宿根草、水生植物が織りなす美しい前庭である。レンガ約 250 万枚がフランス積みされた北海道庁旧赤れんが庁舎の美しい姿とともに観光スポットとして多くの人の被写体となっている。

さらに、冷涼な気候と歴史的視点を掛け合わせてみると、北海道は道外に優る素晴らしいガーデンを大正時代から既に有していた。それがロックガーデンの存在である。山に咲く美しい花々・可憐な高山植物との出会いを享受できるのは、登山やハイキングをする人たちの特権であるが、北海道では登山をせずして平地でも高山植物の鑑賞を可能にさせてきた。ガーデンと言う名称がまだ一般化していなかった 1886 年に北海道にはすでにロックガーデンが存在したことは第 1 報で述べた。1877 年、クラーク博士が農学校に植物園を造ることを提言し、1878 年にルイス・バーマーが手掛けたガラス張りの温室等が農学校に移管されて学生の実習用に利用され、さら

に樹木園整備の経緯を経ながら 1886 年宮部金吾博士が高山植物園を含めた植物園を創設した。北大植物園のロックガーデンには様々な工夫がなされて高山植物を植栽してあることは第 1 報で述べたが、北海道民は早い時期から花々に触れガーデンに触れてきたのである。

以上のような事実からみても北海道にガーデンが花開き成長し続けているのは、単なる流行などではなく、気候や歴史的経緯に裏打ちされた確固としたものと捉えることができる。

2. ガーデンツーリズム

2.1 ガーデンツーリズムの捉え方

旅の目的の中に花の鑑賞があれば、その仕方は少なくとも 4 つの形態が考えられよう。一つ目は野生に咲く花々を楽しむ旅である。二つめは農作物の成長段階において見られる花の群生を楽しむことである。三つ目は単一の、ないしは数種類の大量に植栽された花の開花を見に出かけることである。四つめは多種類の花々がガーデンデザインの下で植栽されて自然の如くに咲く庭の光景を楽しむことである。そしてこのような旅の目的は、今のところ主要な旅ではなく、ニッチな旅の一つと位置付けられよう。

野生に咲く花々の美しさを享受できるのは、特に、登山やハイキング・トレッキングをする人たちの特権であり、チングルマやエゾノツガザクラのような可憐な高山植物や湿原の水芭蕉、原生花園に咲くハマナスや甘草の美しさとの出会いである。北海道においては天空の花畑と言われる旭岳¹¹に、花の浮島と言われる礼文島に、本格的な登山やハイキングをしなくても可憐な美しい高山植物の群生に出会える旅が用意されている。また都市の郊外でも野生の花々の群落を見ることができる。例えば、旭川の男山自然公園にはカタクリやエゾエンゴサクの群生(写真 2-1)がみられ、北海道の春の花めぐり観光を告げる役割さえ担っていると言えそうである。二つ目の農作物が咲かす花々はダイナミックという言葉が相応しく、特に北海道のような広大な畑地を有する地域では、作物固有の花々の開花が観光資源として旅行者を呼び込む。たとえば、黄色の菜の花畑(写真 2-2)やひまわり畑(写真 2-2)、白い花のジャガイモ畑(写真 2-2)やソバ畑の美しさは、作物を収穫するためのプロセスとはいえ、美しい光景を作り出



写真 2-1 カタクリとエゾエンゴサクの群生 (旭川市)



菜の花畑 (滝川市)



ひまわり畑 (北竜町)



ジャガイモ畑 (美瑛町)

写真 2-2 農作物の花の群生

11 北海道一高い 2291 m の山。ロープウェー姿見の駅 (1600 m) から姿見の池 (1670 m) の間にチングルマやキバナシャクナゲのような高山植物の群生を見ることができる。秋の紅葉も素晴らしい。



チューリップ公園（上湧別町）



芝桜公園（大空町）

写真 2-3 フラワー公園の花々

す。写真 2-2 は滝川市江部乙の菜の花畑と北竜町のひまわり畑の光景である。菜の花が広大な面積に作付けされ、圧倒されるほどの美しさであり、ひまわり畑では遅咲きと早咲きのひまわりを場所を分けて作付けし、観光資源としてみた場合に期間を長く楽しめる工夫をしているとさえ言えよう。この光景はタイムラグがあるとはいえ全国各地で次々に見られる光景であり、房総半島の菜の花が真黄色に咲く光景は春を告げる風物詩ともなり多くの観光客を集める。三つ目はフラワーパークないし花公園とも捉えられ、たとえばチューリップ公園（写真 2-3）のようにチューリップの開花時期のみ観光客が大挙して来園する場合や丘一面に植栽された芝桜の群生（写真 2-3）が開花した時にも同様に多くの観光客が訪れる場合である。四つ目がガーデンに咲く花々である。多種類の花々がガーデンデザインによって自然風に植栽されているがゆえに、花々の開花時期も様々であり、またガーデンの作庭そのものにコンセプトが明確になされていることから、花と同様にガーデン自体を楽しむことがツーリズムの対象となる。

人々は少なくとも上記四つの形態で旅の中でたくさんの花に出会い、美しさに感動し癒され、また時には健気に咲く花の生命力に力をもらうのである。

そこでガーデンツーリズムといった場合、上記 4 者をひっくるめて言うのだろうか、あるいはそうではないのだろうか。本稿では、ガーデンツーリズムの対象を第 1 報で検討したジーキルが言うところの

イングリッシュガーデンの考えを取り入れて作庭されていると思われるガーデンを想定する。平成 25 年の国土交通省北海道運輸局の報告書にみられる自然公園や都市公園、景勝地・景観スポットを含まない狭義¹²のガーデンを想定する。そしてそこにおける観光資源はガーデンであって花のみではないという視点で検討を行う。したがって、ガーデンはフラワーパーク・花公園・花の群生地とは少なからず違いがあることを明らかにしつつ、ガーデンツーリズムのマーケティングを次節以降で検討する。検討に先立って花の名所をめぐる旅行の現状を明らかにする。

2.2 北海道のガーデンツーリズムの現状

ガーデンツーリズムの定義が明確に定まっていなかったためか、ガーデンを目的とした観光客が北海道にどのくらい存在するのか、正確な統計データはない。そこで、北海道の観光入込数の統計データ¹³や観光客の動態調査を利用しながら大まかに推測したい。

2007 年度（平成 19）の北海道の観光入込客数（実数）は 4,958 万人で、その内訳は道内客 4,309 万人、道外客 649 万人であり、また海外からは 71 万 950 人が来道した。4 年後の 2011 年度（平成 23）は 4,612 万人で、東日本大震災の影響で前年度割れを起こしたが、道内客は 4,068 万人、道外客は 487 万人、海外からは 57 万人が訪れ、全体として 10% の減少であった。その後、2014 年度（平成 26）には過去最高の 5,377 万人、さらに翌年度も過去最高を更

12 国土交通省北海道運輸局「北海道のガーデン・風景を生かした観光推進に関する調査」p.3（2013）

ガーデンを広義のガーデン、狭義のガーデンと捉え、広義は公共ガーデン（自然公園＋都市公園）＋民間ガーデン（商業ガーデン＋個人ガーデン）＋景勝地・景観スポットとする。狭義は民間ガーデン＋都市公園の一部

13 北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書 資料編」各年度

新して 5,477 万人となった。2014 年度は春や秋の観光シーズンが好天であったことや 10 年に 1 度というほどの紅葉の美しい年であったことなどが過去最高になった要因だと考えられている。また、2015 年度（平成 27）には北海道を訪れる外国人観光客が 208 万人に達し、この数は訪日外国人旅行者の 9.7% を占めるようになった。2015 年度の外国人旅行者の増加について、北海道は次のように分析する。中国人の旅行者は 5 月の桜・芝桜が、7 月のラベンダーが人気の観光スポットであり、台湾の旅行者についても同様に紅葉であり、それらを鑑賞するために来道するという。

入込客数のデータからは花の観光スポットにどのくらいの観光客が訪れているのか明らかにされないが、2007 年度、2011 年度に行われた北海道経済部による観光客動態（満足度）調査¹⁴から知ることができる。

これら報告書の中に、旅行者の観光目的ないし観光内容についての調査結果があり、それによると「花の名所めぐり」を第一の目的とする観光は、2007 年度（平成 19）の調査では来道観光客の 3.0% であり、第 2、第 3 の旅行目的として「花の名所めぐり」を挙げたものを加えると 6.6% であった。一方、道内旅行者の観光目的として「花の名所めぐり」を挙げたものは 9.6% であった。

2011 年度（平成 23）の調査では来道観光客の旅行目的のうち「花の名所めぐり」は 7.8% であり、「自然観賞」42.7% であった。また道内旅行者では「花の名所めぐり」が 5.1%、「自然観賞」39.6% であった。

2007 年度、2011 年度の「花の名所めぐり」をする旅行者数を入込数から単純に推定すると、2007 年度は道内客 413.7 万人、道外客 42.8 万人、2011 年度は 207.5 万人、38 万人と推定できる。決して北海道を訪れる大多数の旅行者がしているとは言えない数であるけれども北海道に咲く花々を見たいと思って訪れる旅行者が少なからず存在することは明らかである。

観光客動態（満足度）調査には外国からの旅行者に対しては調査はなされていないが、2015 年度の外国人旅行者入込数の増加について、5 月の桜・芝桜が、7 月のラベンダー、そして紅葉が人気の観光スポットだと前述したが実際に現地調査をしてみると、か

なりの数の中国、台湾、韓国からの旅行者が花の名所を訪問していることを肌で感じることができる。花の時期にちょっと早いと思われる時期にも、また道民なら既に紅葉狩りが終わったと思って訪ねない 11 月の下旬でも花や紅葉の名所を訪れる外国人旅行者たちに出会う。従来の北海道の観光シーズンから外れるような時期でも外国人旅行者が北海道の観光地を活気づけていることは事実である。一方、2015 年 2 月の雪まつり期間中に北海道を訪れた外国人に対して北海道のガーデンに関するアンケート調査¹⁵が行われた。調査結果では、105 名の回答者のうち北海道の花風景・ガーデンに対する認知度は「知らない」が半数超えの 55% であった。知っているところはフラワーパークや公園であり、ガーデンの認知度は 10% 程度、行ったことのあるガーデンは 3% であった。

観光入込客数や観光客動態調査からは本稿が対象とするガーデンの訪問者数を把握することはできない。ただ、国土交通省北海道運輸局が 2013 年（平成 25 年 1 月）に実施した全道主要ガーデン 32 か所を対象としたアンケート調査（有効回収率は 94%）から凡その来園者数を把握することができる。主要ガーデン 32 か所の中には、都市公園や自然公園などが含まれてはいるが、30 か所の訪問者数を合計すると約 450 万人（4,497,566 人）であり、その内訳は道内旅行者が約 260 万人、道外からの旅行者約 115 万人、海外から約 21 万人、不明が約 53 万人であった。そこで都市公園や自然公園などを除き、次の「(2.3)北海道のガーデン分布」に示す「大雪森のガーデン」「上野ファーム」「風のガーデン」「十勝千年の森」「紫竹ガーデン」「十勝ヒルズ」「六花の森」「イコロの森」「銀河庭園」「K's ガーデン」の来園者だけを取り上げ合計すると、上記 10 か所のガーデンの入園者は 950,500 人（六花の森不明）であった。道央地域にある「イコロの森」「銀河庭園」は道内旅行者が圧倒的に多いが、それ以外は道外からの旅行者が多いないしは同程度であった。

入込客数が 5,000 万人を超える北海道の観光市場において、花の名所を巡る旅が 10% 弱、ガーデンを訪ねる人が 2% 程度では主要な旅とは言えずニッチな旅に該当しよう。しかし、そうは言っても確実に旅の目的として認知され、ぜひ訪ねたいとやってくる人たちがいるのも事実である。

14 北海道経済部観光のくにつくり推進局「平成 19 年度来道観光客動態（満足度）調査報告書」（2008.3）「平成 23 年度来道観光客動態（満足度）調査報告書」（2012.3）

15 国土交通省北海道運輸局「北海道ガーデンツーリズム推進事業報告書」（2015.3）



美瑛の丘



四季彩の丘

写真 2-4 花人街道 237 付近の風景



写真 2-5 北彩都ガーデン

2.3 ガーデン分布

ニッチな旅とはいえ観光ガイドブックにも取り上げられ、北海道だけではなく全国から、そして海外からもはるばる訪ねてくる北海道花の名所めぐりの旅でありガーデンツーリズムである。ガーデンツーリズムの目的とされるガーデンは大きく3つの地域、つまり北海道の内陸部にあたる上川・富良野地域、その南東に位置する十勝地域、そして道央地域に主に分布する。

(1) ガーデン街道

上川町にある大雪森のガーデンから始まって国道39号に近い旭川市永山の上野ファーム、そして富良野市の風のガーデン、そこから国道38号に入って南富良野町を通り狩勝峠を越えて新得、そして十勝清水に至り、市街地を過ぎて国道から5kmほど日高山脈方向に向かうと十勝千年の森の広大なガーデンに出会う。さらに国道38号に戻って南下を続け、帯広の市街地を抜けて広尾へ通じる国道236号沿いに真鍋庭園、そこから南東側に7キロほど行った幕

別町に十勝ヒルズがある。また真鍋庭園の南東側18kmほどのところに紫竹ガーデン、そこから12kmほぼ南に六花の森がある。大雪森のガーデンから六花の森まで全長約250kmにおよぶ通りがガーデン街道（2010年発足、大雪森のガーデンは2014年参加）である。この街道の一部、旭川市～美瑛町～上富良野町～中富良野町～富良野市へと続く国道237号は別名「花人街道237」と呼ばれ、写真家前田真三によって有名になった美瑛の丘や四季彩の丘（写真2-4）、中富良野町の富田ファーム、町営ラベンダー畑等があり、さらにこれらの背景をなすのが十勝岳や大雪山系の山並みであり、ガーデン街道を一層美しいものにしている。

これらガーデンの多くは民間が所有するものであり、自治体に関わるものは少ない。当然そこには所有者のガーデンに対する思い・理念が色濃く発現した庭づくりがなされ訪問者を魅了する。

ガーデン街道から外れるが、この地域の中心都市旭川の駅と忠別川の間に北彩都ガーデン（写真2-5、付表参照）があり、また六花の森の南方・広尾町にも大森カントリーガーデンや太四郎の庭が作庭されている。

(2) 道央地域のガーデン

道央地域では恵庭市の銀河庭園と苫小牧市のK'sガーデン、イコロの森、そして夕張郡由仁町にある、ゆにガーデンがあげられる（付表参照）。前者3つのガーデンは国道36号に比較的近いところに存在する。道央地域の中で唯一離れているのが空知地方・夕張郡由仁町のゆにガーデンである。とはいっても札幌からの距離を考えると札幌の南にあるイコロの森と北東にあるゆにガーデンへの距離は40～50kmとあまり変わらない。これら4つのガーデン



百合が原公園のロックガーデン (レイズドベット)



百合が原公園のボーダーガーデン



滝野自然公園のロックガーデン

写真 2-6 公園の中のガーデン

で共有するのがコサージュチケット (Corsage Ticket) であり、消費者からみると各施設単独での活動よりもグループ化が行われていると捉えられ認知されやすい。また料金においても 4 ガーデン別々に入園料を支払うよりも約半額で 4 施設をめぐることができるなど消費者にとってメリットがある。

北海道の中心地・札幌にもガーデンは存在するが、それらの多くは自治体主導によって造られた都市公園や自然公園の中にある。たとえば札幌百合が原公園 (写真 2-6) や滝野自然公園 (写真 2-6) の中にはロックガーデンやローズガーデン、ボーダーガーデン等があり、中にはヒマラヤの青いケシ等の珍しい花も植栽されている。



写真 2-7 ロイズ・ローズガーデン

民間が開設したガーデンは少なく、札幌市南区にあるエルクの森、北区あいの里にある菓子メーカー (株)ロイズコンフェクトが運営するロイズ・ローズガーデンなど 3 ガーデンが挙げられる程度である。札幌市内のガーデンはコサージュチケットを共有せず、各ガーデン単独の行動をしている。パークゴルフ場とワイナリー (ワイン用ブドウ畑と醸造所)、そしてガーデンと 3 種類の施設が共存するエルクの森は総面積 7 万坪、その中に 1,000 種類の花々が植栽されるガーデンを有する。パークゴルフをしながら花々を愛でることができる、あるいはガーデンを巡りながら美しい芝生のパークゴルフコースに開放感を味わうことのできる珍しいガーデンである。ロイズ・ローズガーデン (写真 2-7) は石狩川を挟んで当別町と接する札幌市の北東にあるガーデンである。元々は社内のプライベート庭園として作庭されたものであるが、地域住民からの要望により 2014 年に一般公開された。本社の社屋を取り囲むようにガーデンは造られており、1 万 3400 m² の広さの中に 300 種類のバラを中心に多種類の宿根草が咲き乱れるガーデンである。

(3) その他の地域のガーデン

オホーツク地域にある紋別郡滝上町は芝桜の町として有名であるが、香りの里としてもミントを中心に約 300 種類のハーブが 40,000 m² のハーブガーデンに植栽されている。しかし、芝桜の陰にかくれて存在感が薄い。また、陽殖園というガーデンも存在するが、こちらも同様に存在感が薄い。個人が数十年かけて作庭した約 85,000 m² の園内に約 800 種類の花々が咲くガーデンであり、最近ではツーリズムの対象として首都圏からもツアーが組まれているほどのところである。しかし、滝上住民の陽殖園に対す

る意識は必ずしも高くなく、また道民の認知度も芝桜ほど高いものとは言えない。

道南地域や宗谷地域、根室・釧路地域には、〇〇ガーデンと名の付くツーリズムの対象となる庭は筆者の知る限り存在しないが、公園の中に、あるいはホテルに、また道の駅に規模的には小さいが花々の咲く庭は存在する。

(注：ガーデン分布に登場するガーデンについては、第3報に資料編として詳述する予定である。)

3. ガーデンツーリズムのマーケティング

消費者はサービス財の購入にあたって、それがどのようなサービスを提供するところなのかの認知なくして購買に至ることは殆どなく、また、購買して満足しなければ再購買は行なわない。したがって購買層の拡大はできない。それゆえ、北海道のガーデンでは、現在までどのような形で消費者の認知を助けるガーデンについての情報を発信してきたのか、その点について検討する。

3.1 マーケティングの過去・現在

2002年、北海道建設部まちづくり推進課が発行したパンフレットには「Flower Garden Hokkaido 北海道が咲きました」とタイトルが記せられている。4月初旬の大沼公園のミズバショウから始まり10月上旬の標茶町のコスモスまで、いろいろな花の見どころ、見ごろについて68ヶ所取り上げて紹介し、更に原生花園、湿原、高山植物の見どころについても付記され、合計85ヶ所が紹介されている。北海道至る所で花を愛でることができることを示している。

2003年に「ガーデンアイランド北海道 (GIH)」という言葉が登場する。「美しい庭園の島・北海道」の実現を目指す道民運動のことである。花や緑で北海道を元気にしたいという趣旨で「ガーデンアイランド北海道 2008」というプロジェクトが生まれた。これは自治体主導の花博の実現を目指したものではなく、財政乏しい自治体に代わって道民自らが花や緑で北海道を元気にすることを目的に、北海道全域を結んだ民間型のネットワークによるイベントを構想したものである。2004年から2008年までに全道各地124会場でフォーラムやシンポジウム、また花フェスタを開催し、2008年4月から半年にわたり最大のイベント「ガーデンアイランド北海道 2008」を

行うプロジェクトであった。このプロジェクトの推進母体が2007年8月に設立されたNPO法人ガーデンアイランド北海道¹⁶である。2008年のイベント後、美しい北海道を庭園にするという目標のもとにガーデンアイランド北海道は、再び各地でミーティングを開催し、またガーデンガイドブックを発行し、花新聞や趣味の園芸などのメディアとも連携して北海道の花文化やガーデンについての情報発信を行ってきた。ガーデンガイドブックは現在まで継続して発行され、北海道の広義のガーデンを知る情報ツールとなっている。

「ガーデンアイランド北海道 (GIH)」の活動は、北海道を花と緑で活性化したい、つまり北海道全域における花一杯運動のような側面を有しており、必ずしも狭義で捉える北海道のガーデンについての情報発信を意図したものではないと思われる。GIHの目的が「花と緑で北海道を元気にすること」であるが故に、120か所以上(現在の登録数)の花と緑を提供する所を紹介する情報発信であっても一向にかまわない。花と緑があるならそれはガーデンだと捉える人たちにとっては、また花が開花したらそれを観賞しに行く消費者を対象として情報発信しているのであれば、それはそれで良いのではないかと考える。しかし、消費者によっては、この提供された情報でガーデンアイランドをどう理解したらよいのか、あるいはガーデンとはどんなところなのか、必ずしも理解できず困惑してしまう人々も存在するであろう。それがガーデンを「花畑を大きくしただけではないか」「一般的な花しか咲いていない」といった来園者の言葉になってあらわれるのだろう。

そのような中で2009年、北海道ガーデン街道が誕生し、北海道ガーデン街道協議会が10月に設立された。前述した十勝・上川地方の8ガーデンのみで構成されることから狭義のガーデンの集団であると捉えられる。2014年加入の大雪山のガーデンを除く7か所のガーデンは2009年まで連携して活動することはなかったが、協議会の会長である林氏(「十勝千年の森」運営会社らんらんファーム代表取締役社長)は十勝・大雪約250kmにわたる7つのガーデンの協力・連携を得ることに奔走してガーデン街道という名の観光資源を構築したのだった。現在これら8か所のガーデンは8施設8様の顔を持ちながら、ガーデンとはこのような庭を指すのだ、ということの結果的には明確に示すことになったと受

16 前身は2003年11月に設立したガーデンアイランド北海道2008を実現する会。毎年『庭園の島北海道を旅しよう! 北海道ガーデンガイド』を発行する

け取ることも可能であろう。

マーケティング上、ガーデン街道の構築は大きなプラス効果をもたらした。ガーデン入場者数の大幅な増加である。2009 年から 2014 年までの 8 ガーデンへの入場者数の変遷¹⁷を見ると、2009 年 356,553、2010 年 371,439、2011 年 435,338、2012 年 550,201、2013 年 513,593、2014 年 472,271 と大幅な増加がみられる。特に、2012 年の大幅な増加は「北海道ガーデンショー 2012」の開催によるものである。

狭義の北海道のガーデンを北海道の内外に向けて情報発信したのが、上記の 2012 年に開催された「北海道ガーデンショー 2012」と 2015 年に開催された「北海道ガーデンショー 2015」である。2012 年、十勝清水町にある十勝千年の森を舞台に開催された『北海道ガーデンショー 2012』は「自然との対話」「北海道の庭」「人類と自然との未来」¹⁸を理念とし「北海道の庭園文化の発信・国際交流・市民との交歓等を目的」として開催されたものであり、2012.6.2～10.8 までの 4 ヶ月間の会期に訪れた人は 20 万人を超えた。夕張山系を背景に山裾に広がる会場の十勝千年の森は、道外のガーデンを見慣れた人にとっては、あまりの広さと自然と共生する美しいガーデンの姿に、ガーデンのイメージを覆されたかもしれない。

2012 年のガーデンショー開催による経済効果は¹⁹消費金額約 17 億 259 万円、十勝管内への地域経済波及効果は約 32 億 3 千万円と推計されている。

2015 年のガーデンショーは²⁰、大雪森のガーデン、上野ファームの二つのガーデンと大雪山国立公園のカムイミントラをもガーデンとして位置づけて山、森、平野部に配された庭を巡ることでこの土地独自の景観や文化などに魅力を感じてもらうことを目的とする流域ネットワーク型のガーデンショーであり、地元層雲峡温泉などの地域活性化にも寄与することを目指したものである。ガーデンショー開催によって庭とともにある新しいライフスタイルの庭園文化を発信し、そして北海道におけるガーデンツーリズムが、道内全体にわたって発展定着していくことを期待したものであった。これら二回のガーデンショーには庭を舞台に芸術家によるアート作品が展示され、デザインコンペが行われ、また音楽会など様々なイベントが開催されるなど、来園者を満足さ

せる取り組みが行われていた。

二つの大きなガーデンショーは、北海道のガーデンが道内ばかりでなく道外にも認知されるマーケティングの役割を果たした。しかし、まだまだニッチな旅行目的であることは観光客動態調査からも推察できる。ガーデンを訪ねたい、それには北海道旅行だと言われるようになるためにはどうすると良いのか。ブランド構築のための基本的考え方から検討する。

3.2 差別化ポイント

(1) ガーデンとフラワーパーク等との相違

マーケティングにおいて財の差別化は重要な要素である。つまりガーデンはフラワーパークでも都市公園の中の花壇でもないことが、観光マーケティング上、重要な要素として消費者に伝わらなければならない。「ガーデンと言えば北海道」と言われるようになれば、北海道のガーデンはブランド構築されたことであり、ガーデン観光をしたいと思う人々は北海道に足を運ぶということになる。しかし今のところそうはなっていないだろうと考えられる。ブランドが構築されるためには多くのハードルを乗り越えなければならないが、少なくともブランドの基本的特性である差別化がなされていなければならない。つまり北海道のガーデンは、他の花の名所めぐりとは異なる特性を有していることが消費者に認知されていることが必要である。そこで北海道のガーデンとフラワーパーク・花公園の特徴について考えてみたい。

ガーデンツーリズムにおける観光資源は、ガーデンであって花のみを指すのではないことは先に述べた。花の名所めぐりは特定の花の開花時期に多くの人々が出かけるのが一般的であり、したがって一時期に多くの集客が期待される場所である。しかし、ガーデンは特定の花の存在も含めてガーデンそのものの魅力・要素で集客する場所である。どちらも花に関する観光ではあるが、ガーデンとフラワーパーク等のマーケティング活動に違いが出てくるのは、したがって明らかである。両者の違いが分かるような情報発信が必要であり、そのうえで北海道のガーデンの魅力・ユニークさを伝えるマーケティングがあってこそ、北海道のガーデンがブラン

17 十勝毎日新聞電子版 http://www.tokachi.co.jp/company/feature_03.php

18 北海道ガーデンショー 2015 大雪実行委員会「HOKKAIDO GARDEN SHOW 2015」巻頭、上川町旭ヶ丘推進室

19 北海道ガーデンショー 2015 大雪実行委員会 同上 p.1-02

20 北海道ガーデンショー 2015 大雪実行委員会 同上 p.2-02～3-03



紫竹ガーデン



真鍋庭園

写真 3-1 ガーデンの入口

ド構築できる可能性が広がっていくのである。

筆者がなぜ、狭義のガーデンにこだわるのか。それは狭義のガーデンは北海道だからこそ可能なユニークなガーデンが、すでに造られている・造られつつあると捉えているからである。もし、ガーデンを広義にとらえるなら、日本全国どこにでも同じようなガーデンが存在し、「ガーデンアイランド北海道」つまり「庭園の島・北海道」という言葉は特別な意味を持たず、したがってガーデンと言えば北海道と言われるブランド構築は不可能だと考える。

北海道のガーデンとフラワーパーク・花公園・花の群生地とは少なからず違いがあるからこそ、それぞれの特徴を明確にして差別化ポイントを作り出すことがガーデンツーリズムのマーケティングには欠かせない。そして違いがあることを知って旅をすることが、ガーデンの魅力を実感し奥深さを知ることにつながる。

そこでガーデンとフラワーパーク・花公園・花の群生地等の具体的相違点をみることにする。まず来園した時の最初の印象が大きく異なることがあげられる。たとえば、北海道のチューリップ公園や芝桜公園、あるいは菜の花畑やひまわり畑などで花々が咲誇る公園の入口に立つと、一般的に来訪者は入口で公園全体を見渡すことができ、あまりの美しさ、ダイナミックさに思わず感嘆の声を上げてしまうだろう。公園一杯に花開く花々の美しさに圧倒されると言っても過言ではない。つまり「フラワーパーク等は人間の視覚に訴える美を強く有しているところ」だと言えよう。このような光景は多くの人にとってすでに経験済みだと思われるが、残念ながら感嘆の声は何度も何度も上げられなかったとは思わ

一方、ガーデンの入口（写真 3-1）に立って、あまりの美しさに感嘆の声を上げるといことはほとん

どないと思われる。ガーデンの入口に立ってガーデン全体を見渡せる庭など北海道のガーデンには存在しない。テーマごとにコンパートメント化された庭が用意され、その数だけわくわく感や感嘆の声が上がるのがガーデンである。つまり「ガーデンの奥まで入らなければ感じられない人間の五感に訴える要素を持つところ」だと言えるかもしれない。

植栽についてはどうだろうか。ガーデンの植栽の仕方はフラワーパーク等とは異なっている。一般的にフラワーパーク等の植栽が平面的であることは、写真 2-3 のチューリップ公園の光景からも知ることができる。かみゆべつチューリップ公園の場合、チューリップの作付面積は約 7ha と広大であり、その中に約 200 品種 120 万本のチューリップが咲き誇るが、公園の花々は背丈が統一され、色は調和を重んじるよりは対照を重んじるように、たとえば赤いチューリップの隣に白色や黄色のチューリップを置いて花の色が際立つように植栽されている。またチューリップ以外の花、たとえば宿根草の花々をチューリップの間に植栽する等グラウンド・カバー・プラントは植えられていない。また、約 200 品種に及ぶチューリップが植栽されていても品種の違いによって開花期間がそれほど違うわけではなく、5月上旬から6月上旬頃迄でチューリップ公園の観光シーズンは終わる。開花が終わると花を愛でる場所ではなくなってしまうクローズされる。しかも日本各地にチューリップ公園のような、似たようなフラワーパークが存在する。

フラワーパークでの植栽の工夫は、立体感の乏しさを補うかのようなカーペット植え込みである。毛氈花壇と同じであるが、写真 3-2 に見られるような牛の模様を色違いの芝桜を密植（絨毯模様）して立体感を出している。

一方、ガーデンの植栽は立体的に、自然風になさ



写真 3-2 芝桜のカーペットベッディング



写真 3-3 ガーデンの植栽 (上野ファーム)

れる。ガーデンでは背丈の低いもの、高いもの、植物の相性、色の調和、開花時期等も計算されて多様な花々が植栽されているために、自然風に立体的に見る者に映る(写真 3-3)。自然風とは自然環境の姿をガーデンに造ることであり、日本庭園のように自然を模倣して、つまり美しい自然の縮景を庭に表現することではなくて、自然のごとくに植物が存在するように植栽することである。したがって、自然環境には背丈の異なる植物が生えており、川や湖・池があり、乾燥地帯・岩場があったり、森もあるので、ガーデンの中にも川・池・水辺が造られて水生植物が植えられ、ロックガーデンを造って高山植物を植栽し、木が高く生い茂っていたりする。写真 3-4 は十勝ヒルズと紫竹ガーデンの水辺の様子を示しているが、都市生活においてはあまり触れることがない水辺の植物である蒲が咲き、睡蓮も咲いている。イコロの森のウッドランドガーデン(写真 3-5)や真鍋庭園(写真 3-5)では高木がそびえ、その間を宿根草が咲き、森林浴を提供する場ともなっている。北海道大学植物園には全国的にも古いロックガーデン



十勝ヒルズ



イコロの森

写真 3-4 水辺の光景

が作庭され、山に行かなくてもコマクサやミヤマオダマキなどの高山植物に触れる機会を提供している。ガーデンでは植栽される花々は多種にわたり、開花時期が異なるために、北海道のガーデンでは 4 月下旬のカタクリや二輪草、エゾエンゴサク、クリスマスローズなどから始まって、雪の降る時期まで入れ替わり立ち代わり花々が咲き、秋深くまでガーデンは終わらない。また色の乏しいグラスなどもガーデンを構成する重要な植物である。グラスと言えはススキがイメージされるが、ススキをはじめとするオーナメンタルグラス²¹は、葉が茂る姿が美しく、ガーデンをナチュラルに見せ、風にそよぐ姿はガーデンに躍動感も与え美しい(写真 3-6)。オーナメンタルグラスはガーデンに植栽されるから本領を発揮できる草である。

ガーデンは庭のコンセプトが明確に示され、ガーデンデザインされて作庭されるものであり、特別

21 葉の色や姿、花穂が美しく観賞価値のある草類。「ガーデンテクニック vol.6」『はなとやさい』p.28 (2013)



イコロの森のウッドランドガーデン



真鍋庭園の高木

写真 3-5 森の光景



写真 3-6 風にそよぐグラス



写真 3-7 ガゼボ (紫竹ガーデン)

な・珍しい花々を植栽することを目的としているわけではない。したがって、たとえ同じような花が植栽されているように、同じようなガーデン光景が作り出されるわけではなく、造る人によって造る人の数だけ存在する千差万別な庭であり、しかも植栽される花々・木々の生きざまによって毎年毎年その姿を変えるものである。

付表に北海道ガーデン街道を構成する8つのガーデンや道央圏のガーデンの基本的情報や趣旨ないしコンセプト、ガーデン内容を示している。それらを見ると各ガーデンの違いをイメージすることができると思われる。(詳細については第3報に予定)

差別化ポイントの最後の項目として、ガーデンとフラワーパーク等における造形性の演出について考えてみたい。造形性の演出とはここではガーデンやフラワーパークなどの姿を造りあげるのに効果的に利用されている道具立てやテクニックを意図している。ガーデンは植栽されている花だけを観賞する場ではないことは前述したが、ガーデンには実に多くのオーナメント(庭園装飾)が配置されていて訪問者の目を引く。代表的なものは彫刻であるが、さらにいくつかの道具立てを見ることにする。

- ① 紫竹ガーデンを入るとすぐに目に入るのがガゼボである(写真3-7)。あずまや風小建物で、建物の内側からガーデンを眺める視点を提供するところであり、また休憩所の役割をもつ。言うまでもなくガゼボは大多数のガーデンに建物の形は異なるが設置されている。
- ② どのガーデンにおいても必ずあちこちに置かれているのがシート(ベンチ)である。シートはガーデンの中の見どころと思われるところに設置されているもので、そこに腰かけてゆっくりとガーデンお薦めの旬な光景を観賞するのに適している。写真3-8は上野ファーム、イコロの森、銀河庭園に置かれているシートの写真であるが、三者とも素晴らしい場所にシートが設置されているのが写真からも窺い知ることができる。
- ③ 写真3-9はトレリスとよばれる格子窓のような格子垣であり、つる性植物を這わせるのに適している。
- ④ トピアリーは樹木や花で動物や船などの立体的な形を作るもので古い西欧庭園技法のひとつ



上野ファーム



写真 3-9 トレリス (K's ガーデン)



イコロの森



写真 3-10 トピアリー (K's ガーデン)



銀河庭園

写真 3-8 ガーデンに置かれるシート



写真 3-11 カスケード (真鍋庭園)

つである。写真 3-10 は K's ガーデンの馬のトピアリーで、経営者のノーザンホースパークのガーデンであることが示されている。

- ⑤ 滝や噴水もオーナメントのひとつであるが、西洋庭園では段々滝、つまりカスケードで自然の岩肌を流れ落ちる姿として造られる。北海道のガーデンでこのような滝を有している

ところは少ない。真鍋庭園ではカスケードが造られ、しかも岩肌に苔が生え、ガーデンの年月と自然風が強調されている(写真 3-11)。

- ⑥ ガーデンの中に川が流れる。ちょっと信じ難いが実に美しい光景を醸し出す。写真 3-12 は真鍋庭園の中を流れる川であり、心癒される風情がある。一方、六花の森の川は少々



真鍋庭園



六花の森

写真 3-12 ガーデンの中を流れる川



真鍋庭園



銀河庭園

写真 3-13 ツリーハウス

- 荒々しさを感じるが、川辺に咲くエゾノリュウキンカとの調和は実に美しい(写真 3-12)。
- ⑦ ツリーハウス、フォリーはガーデンの遊び心・遊戯性を表したものであり、写真 3-13、3-14 は真鍋庭園と銀河庭園に造られているツリーハウスとフォリーである。フォリーはガーデンの訪問客を驚かせる仕掛けであり、銀河庭園の場合、ライオンの牙を建物の内部から触ったのちに外に出て、はじめてそれがライオンだと分かるような遊戯性をもったオーナメントである。

上記のような様々なオーナメントが、各ガーデンに設置されてガーデンの魅力を高めている。一方、フラワーパーク・花公園ではどうだろうか。北海道のフラワーパーク等を調査した限りでは、シートや展望台を除くと記憶に残るオーナメントには出会っていない。

以上のように、ガーデンとフラワーパークは異な



写真 3-14 フォリー（銀河庭園）

る花園である。夫々に良さがあるからこそ人々は出かけるのであり、したがって異なることを明確にして紹介することが必要である。だからこそガーデンが活き、フラワーパークが活きるのである。ガーデンという言葉の中に両者を並べて紹介されると、消費者はガーデンをどう理解するとよいのか困惑し、ガーデンとフラワーパーク夫々の良さ・特徴の認知を妨げるに等しいのである。そして北海道といえばガーデン、というブランド化にとっても障害となるであろう。

(2) 北海道のガーデンの優位性

特徴・魅力

第1報で日本の庭園の概念を打ち破るのが北海道のガーデンだろうと書いた。歴史的にみた場合、北海道には開拓の初期から西洋庭園が作庭され、全国に先駆けてガラス張りの温室が建築されて花や果樹が栽培され、しかも人々に公開されている。また現在の大通公園に当たる場所に花壇が造られ、開拓使の官舎に花畑が造られるなど市民が花を観賞できる雰囲気が身近にあった地域である。これは道外では見られない光景であった。だからこそ、日本の伝統を引き継いだ庭園ではなく、都市型でもない庭園・ガーデンの発展が可能であったとみることができる。そこで伝統的でも都市型でもない北海道の庭であるガーデンの特徴を第1報の検討も含めて明らかにしたい。

国土交通省北海道運輸局の調査報告書²²には、北海道のガーデンの特徴のひとつは、植栽される花に特徴があることだと言う。北海道の冷涼な気候風土に合った植物が植栽され、北海道独自の景観を作り出していることを指摘する。北海道のガーデンを彩る花々は主に宿根草であり、可憐な、しかも色鮮やかな花々が咲き誇る。1年草、2年草も植栽されているが、ガーデンの主役は宿根草であり、それも北海道の土地、環境に適した耐寒性の花々が、ジークルが考え出した色彩計画を基礎に置きながら、植物の不適切な組み合わせを避けて、美しい絵を描くように植栽され、またボーダー花壇が多くのガーデンにおいてみられることである。道外からの来園者が驚くのは、植栽の美しさと今まで見たことのない花々が多数あることである(写真3-15)。

北海道のガーデンが道外のガーデンに比較して大きく異なる点は、夏枯れがないことである。北海道の観光シーズンは6月から9月頃までがもっとも良



ヒマラヤの青いケシ (大雪森のガーデン)



エゾノシモツケ (十勝千年の森)

写真 3-15 独自の景観をつくる花々

い季節であり、ガーデンでは6月に入ってから次から次とたくさんの花が開花し、7月・8月はガーデンのもっとも美くなる季節である。しかし、道外のガーデンでは夏枯れで見えるべき花が少なくなり、ガーデンが寂しくなる季節である。それゆえ、入園料が割引されたり無料になるところが出てくる。北海道のガーデンは、この時こそ、その素晴らしさを大々的にアピールしなければならない。夏は涼しい北海道へ花めぐり旅行、などと言ったフレーズでは北海道のガーデンの魅力を伝えることに繋がらない。

ガーデンは規模的には小さいと捉えられてきたが、北海道のガーデンをみると、ガーデンとは大きな面積を有する庭であるとイメージを覆させられる。実際、付表に示す各ガーデンの面積(上野ファームを除くと)を見てもその規模の大きさに驚嘆する。道外のガーデンには数千坪のところが結構ある中で、6 ha, 7 ha もあるガーデンが存在する。北海道の中でも特に広大な面積を有する十勝平野や上川盆地に、あるいは大雪山系や夕張山系の山懐に存在していることは、ガーデンは広い庭なのだというイメージさせる力を有している、と同時にガーデンが自然の中にある、自然と共生していると捉えることができ

22 国土交通省北海道運輸局「北海道のガーデン・風景を生かした観光推進に関する調査」(2013)

る（第1報写真7，8参照），それが北海道のガーデンである。

そして驚くことは，ガーデンの中に花の群生地をも有するガーデンが存在することである。たとえば，六花の森では真っ白な花をつけるオオバナノエンレイソウの美しい群生（写真3-16）や真鍋庭園では真っ赤なシャクナゲと真っ白なシャクナゲが開花時期に少しのタイムラグを持ちながら群生し，赤・白・黄色（珍しい）のハマナシの群生もみられることである。

また，ガーデンを取り巻く環境が，それ自体観光資源として存在するほど美しい。特にガーデン街道は大雪山系から始まって美瑛の丘や富良野のラベンダー畑など美しい観光スポットとともにあり，さらに夕張山系を遠くに望みながら広大で美しいパッチワークのような十勝平野といった北海道ならではの観光資源とともにあるガーデンである。このように北海道のガーデンは北海道だからこそ可能なガーデンであり，他が真似のできない要素を有していると言えるだろう。

また，北海道のガーデンを訪ねた人ならば，以下のような感じを持つのではなかろうか。北海道のガーデンには，日本庭園がもたらす静謐な感じがしない。庭がつんと澄ましていない，気取っていない，敷居が高くない。訪ねる人すべてを温かく迎え，包んでくれる癒しの場であると同時に人間性の回復の場，ガーデンセラピーの場であり，更に遊びの場，交流の場である。

ガーデンの空間コンパートメント化のテーマが巧みであり，ガーデナーのデザイン力を楽しめる場所である。

一度の訪問では足りないと感じさせる力を有している。季節ごとに表情を変える。花が咲いている時期だけのものではなく，スキー，乗馬などでもできる場である。

短所としては公共交通機関の便が必ずしも良くない点である。これは本州のガーデンでも少なからず言えることであるが，昨今の旅行形態が団体旅行から数人のグループや一人旅が増えている中，観光マーケティングの観点から考えても，もっと公共交通機関の利便性の対策を講じねばならないだろう。



写真 3-16 オオバナノエンレイソウの群生（六花の森）

3.3 ツーリスト満足の視点

～ガーデンをどう堪能するのか～

財・サービスの満足に購買前の消費者の認知が大いに関係することは論を俟たない。ガーデンに入園し，ガーデンって「花畑を大きくしただけじゃないの」「一般的な花しか咲いてない」等といった感想をもらすツーリストは，ガーデンツーリズムというサービス財に満足しなかったことであり，再来は難しいだろう。このような感想を漏らすのはガーデンとはどういうものかを認知せずしてサービス財を購入したからに他ならない。来園者の満足なくして，ガーデンツーリズムの成長はない。来園して満足してもらうには，ガーデンの認知を助ける情報の発信であり，それを受けて消費者は興味関心を持ち，良い評価を為して行きたいという欲望を感じてガーデンツーリズムというサービス財を購入するに至る。購入し，つまり実際に北海道のガーデンを訪れて満足してもらうことがマーケティングの本質であり，決して売るための方策を考えることではない。そのために，ガーデンをどう堪能したらよいのか，それを発信することはガーデンに対する認知・行きたいという欲望を高め，ガーデンツーリズムというサービス財の購入そして満足に繋がるのではないかと考える。そこでNHKのテレビ番組・鑑賞マニュアル美の壺²³を参考に北海道のガーデンをどう堪能したらよいのかを検討する。

美の壺には「和の英国庭園」つまり日本人が造るイングリッシュガーデン風の庭の美を堪能する基本的概念が示されている。基本的概念の一つが「和の

23 2011年11月のNHKの番組・美の壺では「和の英国庭園（イングリッシュガーデン）」を取り上げた。「和の英国庭園」と言うのは，日本と英国の美意識が融合したものと言う意味である。この庭が昨今日本において独自に発展しており，その奥深い魅力を鑑賞するための美の壺を示している。



写真 3-17 グラスを堪能する来園者

草花が魅するランドスケープ」であり、二つ目が「百花繚乱のハーモニー」そして三つ目が「コケに刻まれた時間を感じよ」である。ここでは前者二つの要素をどのように理解して、北海道のガーデン情報を発信すると人々は北海道のガーデンを堪能してくれることに繋がるのだろうか。

「和の草花が魅するランドスケープ」とは、北海道のガーデンは北海道の風土である基本的な要素を基盤としてガーデン空間が造られていることである。したがって北海道の広大な美しい自然と一体となった広くのびやかなガーデン空間の中に地域に根差した宿根草が咲き誇る庭であり、北海道ならではの景観が醸し出されているガーデンである。しかも秋、宿根草が枯れても枯れ色が映える草花が植栽されてガーデンを遅い季節まで楽しめる工夫がなされている点も挙げられる。そのうえ、「地形」を活かすことがイングリッシュガーデンの伝統であることから、たとえばガーデンに風の通り道がある場合、通り道にはグラスガーデンを作り、それによって風に柔らかくそよぐグラスの美を堪能できることである（写真 3-17）。

グラスと言うと多くの人は「ススキ」を思い浮かべるかもしれない。十五夜は月見団子とススキがセットのイメージさえあり、しかもそこには華やかさよりは静謐さや寂しさが漂う。そのようなススキに限らずガマ（写真 3-18）と言ったグラスが、晩秋の庭を元気にさせている。紅葉した木々とグラスのコラボレーションや寂しくなった水辺に茶色の穂をまっすぐと伸ばし、すくっと立ち続けるガマの姿を観賞できるのは、ガーデンだからこそ可能な楽しみ方なのである。

また、植栽された花々を活かす一つの手段として光があることは、ガーデンを楽しく美しく鑑賞するときのひとつの見方であることを情報提供することである。ガートルード・ジーキルがガーデンの花は、



写真 3-18 ガマ

花色で絵を描くように植栽することを考え出したが、それは印象派の絵画が光の芸術であるように、ガーデンもそれと同じく、光を巧みに利用して配置されているのである。一方でガーデンに行くのは天気の良い日に限る、というのは必ずしもそうとはいえない。曇りの日でも小雨の日でもそれに相応しいガーデンの姿がある。太陽が上空から燦々と降り注いでいる花々が、必ずしも見る者の心を癒し、花自体を美しく見せているとは限らない。曇り空は花々に潤いをもたらし、見る者の心を鎮める効果もあるのだ。曇天や小雨程度ならガーデンツーリズムに向かない日ではないことを知ってもらうことも必要である。

第 2 の壺として「百花繚乱のハーモニー」を挙げる。

日本の暖かい地域では、いろいろな花が順繰り順繰り開花し、例えば山茶花やツバキは寒い彩りの少ない時期に咲き、クリスマスローズも 1 月 2 月に咲き、そのあとに梅が咲き、桜が咲くといった季節ごとに咲く花が意識されるが、北海道はその傾向は顕著ではなく、大げさに言うとも一遍にたくさんの種類の花が咲き、植物季節・花暦の薄いところである。しかし、そのことが逆にガーデンを絵画の如く美しく彩る素晴らしい時期を夏季にもつ地域であるとも言えよう。

日本は英国以上にたくさんの植物品種を育てるのに適した気候であり、したがって花々の組み合わせ方も多様に存在し、個性の強い色や形の花々を調和させることもガーデナーのテクニックによって可能である。北海道においては花の育成時期において昼

と夜の気温差が大きいために花の色が鮮やかになり、ますます百花繚乱のガーデンを造りあげている。

ここで気に留めなければならないことは、ガーデンは花々が協調して作り出すハーモニーの美しさを楽しむところである。花の色や形、花たちの相性や開花時期などがどのように組み合わせられて植栽され、美しいハーモニーが形づくられているのかを、観賞する者の感性で捉え楽しむところである。それは花の名称を知らなければ楽しめないということではない。密植して植栽されている花々が作り出すハーモニーの美しさに浸り癒される場所である。

その他にも前述したオーナメント（庭園装飾）を楽しみ、ガーデンとともにある自然を楽しみ、ガーデンが持つ多様な側面を個人の感性や目的によって多様に楽しむ場所である。そして人間の多様性を無限に受け入れてくれる、懐深いところであることを感じる場所でもある。

まとめ

ガーデン研究は造園・園芸研究の専門家による研究ばかりでなく、文学研究者によってもなされているが、本稿はマーケティングの関係で検討した。北海道のガーデンがツーリズムの対象として市場に投入される時に必要とされる情報について、マーケティング・消費者行動の立場から検討を行った。その結果、ガーデンはフラワーパークや花の群生地等

とは一線を画するものであり、その差別化ポイントを明確にしたうえで、情報提供することによって、ガーデンに対する人々の認知もあがっていくだろうと考えられる。

北海道には北海道だからこそ可能な北海道独自の特徴あるガーデンが作庭されており、道外ではほとんど作庭することのできない、広い空間、自然風どころか自然と一体化した、しかも色彩豊かな花々、特に宿根草が咲き誇り、夏枯れがないことなど北海道特有のガーデンをアピールすることの重要性を指摘した。

サービス財の購入には財の認知が重要であること、そして購入して満足してもらうことがガーデンツーリズムの発展に欠かせないことから、ガーデンの楽しみ方、つまりガーデン鑑賞のための美の壺を2点示した。

追記

第1報の訂正

p.16 右側 下から15行目

都市公園の一つとして →

「国民公園のひとつである」

に訂正してお詫び致します。

（みつたけ みゆき 札幌学院大学名誉教授）

付表 北海道の主要なガーデンに関する基本情報

ガーデン名称	規模（面積）	庭園構成等	理念・コンセプト、経緯など	備 考
紫竹ガーデン遊華	約18,000坪	ホワイトガーデン、宿根ボーダーガーデン、パレットガーデン、ロックガーデン、ワイルドフラワーゾーン、リボン花壇等22のゾーンから構成、約2,500種の花	「子供のころに遊んだ、野の花が咲く野原のような風景を作りたい」、それは「昔から故郷（十勝）にあった花咲く野原をつくり、自然を残し、花々に守られ楽しめる花園」のことであり、根底には十勝の自然環境を守りたいという意図があった。	北海道のガーデンの先鞭をつけたガーデンであるが、今もって進化しているガーデンである。たとえば、夏の花であるグラジオオラスが晩秋でもガーデンを彩るように球根を管理し植栽を遅らせるなど手間のかかることも積極的に行っている。
十勝ヒルズ	230,000 m ²	フラワーアイランズ、スカイミラー、ヴィーズ・ボタジェ、ナチュラルオアシス、ローズガーデン、アニーカの庭	「花と食と農」のテーマパーク。 旬花祝豆（しゅんかしゅうとう）がキャッチコピー。豆の国、花の国、農業の国十勝。忘れかけていた自然の感動を多くの方に差し上げたいという趣旨。	広大な十勝平野の中で、比較的起伏のある帯広市郊外南東部の丘に位置する。ガーデンの「スカイミラー」からは十勝平野や大雪の山々を花ともに見ることができる。食がテーマのガーデンであるので「ヴィーズ・ボタジェ」には野菜や果樹、食用花などが植栽され「見て美しい、食べて美味しい菜園」も作られ、ハンガリー人シェフによる料理が提供されるレストランあり。札内川の伏流水が湧き出る自家井水（ウォータープレイス）有。子供のための施設も併設。

ガーデン名称	規模 (面積)	庭園構成等	理念・コンセプト、経緯など	備 考
十勝千年の森	400 ha	アースガーデン (大地の庭)、フォレストガーデン (森の庭)、メドウガーデン (野の花の庭)、ファームガーデン (農の庭) の4つが柱となり、それに北海道ガーデンショー・デザイナーズガーデン (2012 年) が加わる。	新聞社である以上、紙と密接に関係する業務であり、環境への関心は高い。環境貢献活動 (カーボンオフセット) を起源に 森・庭・農・アートを介して人と自然とが触れ合える機会の創出 を目的とする。千年の森の意味は、千年後の人類の資産となる森を造るという決意が込められている。	十勝清水町の日高山脈のすそ野に、日高山脈をバック (あるいは前面と言うのか) にする大自然と一体化したガーデンであり、北海道だからこそ可能と言える壮大なガーデンである。2012 年イギリスガーデンデザイナーズ協会 (SGD) 主催「SGD Awards 2012」で大賞と国際賞を受賞。「北海道ガーデンショー 2012」の開催ガーデン。
真鍋庭園	24,000 坪	日本庭園、風景式庭園、西洋風庭園、リバーズボーダーガーデン、ドワーフガーデンの5構成。ハマナスの群生、しゃくなげの群落、コニファー、落葉樹などの古木や樹木	植物のモデルルーム・植物 (特にコニファーなどの樹木) の見本園。 キャッチコピーは「これが日本か」。北海道における新しい庭園の形を楽しんで欲しいという趣旨。	樹木見本園として創業した「植物のモデルルーム」。日本列島植木植物園に登録。真正閣 (明治 44 年築の皇太子殿下のご在所を移築したもの)、鯉の池、札内川の伏流水が流れ落ちる高さ 8 m のカンラン石で造られたオリビンの滝があり、側には展望台も設置されている。園内は樹木の見本園だけあって、高木が目につく。ガーデンセンター、喫茶店などを併設。
六花の森	100,000 m ²	十勝六花 (ハマナシ、エゾリンドウ、シラネアオイ、オオバナエンレイソウ、エゾリュウギンカ、カタクリ) の群生がみられ、特にオオバナノエンレイソウの群生は大規模。	山岳画家・坂本直行が描いた十勝の草花が、1961 年より六花亭の包装紙のデザインとして使用されている。十勝に咲く 6 種の花を江戸時代の「肥後六花」になぞらえて「十勝六花」と名付け、 十勝六花の花々の植栽の庭 として誕生した。	六花亭の所有となる前は公園であり、そのときすでにエンレイソウはあったが、今ほどの大群落ではなかった。この大群落は庭園の端にあり、見落とされがちである。 企業の文化活動は多々あるが、六花亭製菓 (株) のメセナ活動は文化に関心の強い特定の人だけを対象にしたものではなく、関心の強弱に関係なく訪問させる強さを持つ企業活動である。ガーデンの中に設置された小さな 5 軒のギャラリー (クロアチアの古民家を移築) は、坂本直行、相原求一郎、百瀬智宏、真野正美、池田均の 5 作家の作品館。
上野ファーム	約 2,000 坪	ミラーボーダー、サークルボーダー、ロングボーダー、マザーズガーデン、パープルウオーク、ノームの庭、白樺の小道、木の声が聞こえる庭、射的山の構成	北海道の気候・風土だからこそ表現できる庭、 北海道ガーデン をコンセプトとする。イングリッシュガーデンを北海道の地に造りたいという趣旨でガーデンづくりを始めたが、歴史や文化が異なる北海道では造ることはできない。そこでイングリッシュ・ガーデンをベースにした北国の気候、風土に合うように北海道らしくダイナミックなガーデンを志向して作庭されている。	1989 年、農場に一本の石畳の小道を作り、両側に花を植え始め、ガーデンづくりスタート。2001 年からガーデンを公開するが、最初のうちはあまり人は来なかったが、口コミで増えていく。2004 年、BISES ガーデン大賞でグランプリ受賞。 ここ 1・2 年で様変わりしたと思われるほどの成長がみられるガーデン。規模の大きなガーデンが多い中、規模の大きさに負けない充実したガーデンづくりが毎年毎年行われてきた印象を受ける。
大雪森のガーデン	16.7 ha	森の花園エリア (0.5 ha、高原の自然とマッチする形で 5 つのテーマガーデンから構成される北海道ガーデン)、森の迎賓館エリア (2.7 ha)、ウエルカムガーデン	季節で多様に変貌する高原の庭 (キャッチコピー)	大雪山の山々に囲まれた標高 650 m の丘陵地帯の森に造られたガーデン。上野ファームの上野砂由紀が森の花園エリアのガーデンデザイン担当。「北海道ガーデンショウ 2015」のメイン会場。レストラン「フラテッロ・ディ・ミクニ」やカフェ、宿泊施設、ショップ併設。
北彩都ガーデン	約 12 ha	アウネの広場、グラスガーデン、川のボーダー花壇、疎林テラスなどでおよそ 300 種類、8 万株の花木・宿根草類を植栽。	忠別川と共に ゆったりとくつろぐ人と川をつなげるガーデン 。旭川都心部の活性化施策のひとつとして計画されたもので、市民が守り育てるガーデンを志向。	人口 40 万を越える都市の街中に存在する。旭川駅と駅の南側を流れる忠別川の間にあり、川に近いほど自生種を植栽。誰でも気楽に立ち寄れる街中のオアシスであり、市民とまちづくりプランナーの共同で作庭された。

ガーデン名称	規模（面積）	庭園構成等	理念・コンセプト、経緯など	備 考
風のガーデン		風のガーデン、グラスガーデン、花の草原から構成される。2008年の開園時には365種の花、20,000株、現在は約450品種。2015年に北側に約160坪の原種を中心としたローズガーデンをオープン。	TVドラマのために作庭されたガーデン。	ホテルのゴルフ場跡地に作庭され、作庭過程が倉本聡原作のテレビドラマ「風のガーデン」となり全国放映（2008年）された。ガーデンデザイナーは上野ファームの上野砂由紀。新プリンスホテル前からガーデン入口までは専用バスが走行。ドラマのセットがガーデン内に再現されている。6月中旬から8月末までナイトガーデンを開催。
Woody Life	3,000 坪	前庭、中庭、奥庭の三構成。源平ツリフネ草の群生。		標高 550 m の深山峠にあり、眺望に優れている。ガーデン自体は地味な存在であるが、一見の価値あり。
銀河庭園	10 ha	ローズガーデン、トレリスガーデン、パルテール（整形庭園）、ブラック＆ホワイトガーデン、オーチャード、スタンベリーガーデンなど 30 のテーマガーデンで構成。	「農業・環境・文化」のテーマパーク。	オープンガーデンで有名な恵庭市にある。道央自動車道恵庭インターの直ぐ側。えこりん村の中にある広大なガーデン。庭園デザイナーは英国人のバニー・ギネス。チェルシーフラワーショーで 1994、95、98 年に金賞・銀賞を受賞した庭園デザインが、銀河庭園で 3 つ再現されている。銀河庭園に付随する形で「ロズビのバラ園」と「ふゆみずたんぼ」あり。ガーデン内に広いピクニックエリア有。起伏はほとんどないが、園内の南側に低い丘があり、丘を利用したのテーマゾーンは子供から大人まで楽しませる仕掛けが造られている。遠くに恵庭岳を望む。道央圏ではイコロの森と同様にイングリッシュガーデンを彷彿とさせるガーデンの一つであるとともに北海道のガーデンの中では大きな整形庭園も有する。
イコロの森		「ガーデン」と「森：ウッドランドガーデン」の 2 つの要素から構成される。ガーデンはローズガーデン、ボーダーガーデン、ホワイトガーデン、ナチュラルガーデン、コニファーガーデン、グラスガーデン、オートムガーデン、ロックガーデン、ドライガーデン、レストランガーデンの 10 テーマで構成。	都会の人々の心を癒やす「21 世紀の里山」	国道 36 号から道央自動車に向かって森の中を通る道路を 6 km ほど入ると、深い森に抱かれるガーデンに至る。英国王立園芸協会日本支部提携ガーデン。イギリスでガーデンデザインを学んだ二人のガーデナーと工藤氏による作庭。ウッドランドガーデンは「森の庭へようこそ」というキャッチコピーそのものである。森を利用したガーデンは深い緑に覆われる季節は、自然そのものを楽しむ場所であり、アイヌ語の「イコロ」は「宝物」の意味するが、森はまさにそれである。レストラン、ナースリー、森の学校、乗馬クラブを併設。
ゆにガーデン	14 ha	リナリアの丘、イエローガーデン、ホワイトガーデン、パルプガーデン（水辺）、リリーガーデン、ローズガーデンなど 11 のテーマガーデン	英国風庭園。来園者すべてに幸福な時間を過ごして戴くことを目的とした庭園施設。	2008 年「恋人の聖地」に認定され、ウェディングガーデンや幸福の鐘、緑のバージンロード（160 m の宿根草ボーダーガーデン）など、ウェディングに関係するものが造られている。
K's ガーデン	10,000 坪	ローズガーデン、シーズンズガーデン、パープルガーデン、シェードガーデンなど。香織の道やハメロカリスの道、樹木のボーダー等。	人と馬と自然（馬と触れ合う、自然と遊ぶ。）	1989 年 7 月ノーザンホースパーク開園（面積 478,982 m ² ）。この中に 2004 年 K's ガーデン造成。2014 年に 10 周年を記念してアニバーサリーガーデン作庭して馬の形をしたフラワーホーストピアリー設置。ガーデンだけではなくホースパークは子供から大人まで楽しめる馬を介した施設の工夫がなされている。

ガーデンが公表している面積単位を使用。